سبک نگرش

ذهنیت‌هایی که از مکان‌ها اعتبار می‌گیرند و واقعیت را فیلتر می‌کنند

«مکان‌زدگی» واقعیت را مسخ می‌کند

■ محمد مهر

۱۸ آبان سال ۹۱ روزنامه جوان مطلبی با عنوان «جاشوا بل را فقط یک کودک ۳ ساله شناخت» به قلم صالح سلیمانی منتشر کرده بود که به یکی از گره‌های مهم رفتاری ما یعنی «مکان‌زدگی» - مکان را عیار قضاوت و داوری قرار دادن و با توجه به مکان درباره آدم‌ها موضع گرفتن - پرداخته بود. مطلب درباره یک موزیسین معروف بود که در یک پروژه دوربین مخفی، مکان همیشگی و مورد انتظار مخاطبانش یعنی سالن‌های مجلل کنسرت را ترک می‌کند و به یک ایستگاه مترو می‌رود، یعنی جایی که کسی انتظار حضور او را نمی‌کشد، بنابراین با وجود اینکه او خودش است، اما کسی نمی‌خواهد باور کند که او خودش است. مطلب اینطور آغاز می‌شد: «مردی در ایستگاه متروییِ در واشنگتن دی‌سی در کنار سطل زباله‌ای می‌نشیند تا جلوی دست و پا نباشد. ویولون خود را درمی‌آورد و شروع به نواختن می‌کند. در مدت ۴۵ دقیقه شش قطعه کلاسیک و به یادماندنی از باخ را می‌نوازد. در آن مدت که اوج شلوغی هم بود حدود هزار و ۱۰۰ نفر در مترو رفت و آمد کردند. اکثرشان در راه محل کار بودند. با گذشت سه دقیقه از حضور ویولونیست، مرد میانسالی متوجه حضور او می‌شود و از سرعت خود می‌کاهد. چند ثانیه می‌ایستد و سپس با عجله به راهش ادامه می‌دهد تا از برنامه‌اش عقب نماند. یک دقیقه بعد نوازنده اولین انعام خود را از زنی می‌گیرد که بدون توقف از کنارش رد می‌شود و یک دلار به داخل دخل او پرتاب می‌کند. چند دقیقه بعد فردی به دیوار تکیه می‌دهد تا به او گوش بدهد، ولی بعد به ساعت خود نگاهی می‌اندازد و مجدداً به راه می‌افتد. کسی که از همه توجه بیشتری داشت کودک سه ساله‌ای بود که به اصرار مادرش با عجله قدم‌هایش را برمی‌داشت. کودک می‌ایستد تا به ویولونیست گوش بدهد، ولی مادر او را می‌کشد. پسربچه گردنش را کج می‌کند تا بتواند اندکی بیشتر به منبع تولیدکننده آن صدای زیبا چشم بدوزد ولی این بار مادر با اصرار بیشتری کودک را هل می‌دهد و او تا انتهای مسیر همین‌گونه ادامه می‌دهد. این عکس‌العمل توسط چند کودک دیگر تکرار شد. تمامی والدین بدون هرگونه استثنایی عمل مشابهی را انجام می‌دهند. در مدت ۴۵ دقیقه‌ای که نوازنده ویولون در مترو حضور داشت تنها هفت نفر ایستادند و اندکی بعد به راه افتادند. ۲۰ نفر هم به نوازنده انعام دادند و در نهایت او ۳۲ دلار به جیب زد - بلیت‌های کنسرت جاشوا بل در بوستون به قیمت متوسط ۱۰۰ دلار به فروش رفته بود.

۱ عیاری برای فهم آلودگی به «مکان‌زدگی»

اما پرسش این است که آیا «مکان‌زدگی» یعنی دخالت دادن مکان در قضاوت ما درباره یک انسان یا یک حرف یا هر چیز دیگری مختص آدم‌های همان ایستگاه مترو این مطلب است یا نه اغلب ما دچار این خطاهای شناختی و معرفتی می‌شویم؟ فرض کنید زیر عنوان همین مطلب، اسم نویسنده را محمد مهر معرفی کرده‌اند، شما با این نام آشنا هستید و به تناوب مطالب نویسنده را در خلال صفحات سبک زندگی دیده‌اید. حال فرض کنید از هفته بعد نام او را اینطور بنویسند: «دکتر محمد مهر، فوق دکترای روانشناسی، استاد دانشگاه آکسفورد و رئیس مرکز بین‌المللی مطالعات روانکاوی و یونگ‌شناسی لندن»، حالا این فرض را در نظر بگیرید، عجالتاً به جایی برنمی‌خورد. سؤال من این است که در افق نگاه شما با مشاهده این عنوان تغییری حاصل می‌شود؟ یعنی چیزی در مردمک چشمتان گرد می‌شود یا نه همان جریانی که پیشتر بوده، ادامه می‌یابد؟ اگر خود را بگردید و ببینید در شما ذره‌ای تغییر در کیفیت مطالعه مطالب نویسنده حاصل نشده و مطالب او را همانطور و با همان کیفیت می‌خوانید که در هفته‌های قبل می‌خواندید - یعنی اگر مطالب او را جدی می‌گرفتید و با علاقه می‌خواندید اکنون هم با همان جدیت و علاقه می‌خوانید - یا نه اگر مطالب او را جدی نمی‌گرفتید و محتوای سخنان او را فاقد اصالت و جذابیت می‌دانستید هم‌اکنون هم دیدگاه و رأی‌تان همان است و عنوان او تغییری در دیدگاهتان پدید نیاورده من به شما تبریک می‌گویم شما همان کودک سه ساله‌ای هستید که هنوز آلوده «مکان‌زدگی» نشده است، یعنی همان انسانی که با واقعیت و با بودن در تماس است نه با ذهنیت جهت‌دار منبعث از مکان یا هر چیز دیگری، بنابراین برایش فرق نمی‌کند که آن نوازنده را در یک مکان مجلل ملاقات کند یا نه در ایستگاه مترو.

۲ مکان‌زدگی به زایش رفتارهای نمایشی و غیراصیل کمک می‌کند

اما اگر به محض اینکه شما درمی‌یابید فی‌المثل محمد مهر عناوین پرطمطراقی دارد و کیفیت خوانش شما هم تحت‌تأثیر این عناوین قرار می‌گیرد، بنابراین می‌توانید دریابید که از بیماری «مکان‌زدگی» رنج می‌برید و این بیماری می‌تواند تحریک‌کننده بسیاری از بیماری‌ها از جمله مدرک‌گرایی، مدرک‌سازی، مدرک‌خری و مدرک‌فروشی باشد. چطور؟ فرض کنید مطالب محمد مهر مورد استقبال قرار نمی‌گیرد، اما او به جای اینکه برود اصل ماجرا را درست کند با خودش می‌گوید- و از یک زاویه هم درست می‌گوید- مطالب من خوانده نمی‌شود چون من هنوز دکتری نگرفته‌ام. در سمینارها، همایش‌ها و... به من توجهی نمی‌شود، بنابراین درآمدی هم ندارم، چون قبل از اسم من عنوان دکتری و فوق دکتری وجود ندارد، بنابراین او می‌رود این نقیصه را برطرف می‌کند و با کمال شگفتی متوجه می‌شود اکنون مورد اقبال قرار گرفته است و همه او را تحویل می‌گیرند، بنابراین مکان‌زدگی به‌عنوان یک بیماری خود باعث رفتارهای غیراصیل و نمایشی می‌شود و در نهایت دوباره همین رفتارهای غیراصیل و نمایشی به زایش مکان‌زدگی کمک می‌کند، چرا؟ چون آدم‌هایی که در جامعه حضور یافته‌اند اغلب دنبال کشف حقیقت نیستند و به سادگی مقهور مکان‌ها و اسم و رسم‌ها می‌شوند. توجه کنید من وقتی تحت‌تأثیر منصب‌ها و عناوین قرار می‌گیرم به شدت مقهور مکان‌ها شده‌ام، چون فرض من این است که اگر کسی عنوان دکتر یا فوق دکتری را یدک می‌کشد یا نام او به دانشگاه‌های خارجی گره خورده بنابراین حتماً حرف قابل اعتنایی خواهد زد. من اینجا در حقیقت دنبال مکان می‌گردم و مکان برای ارزشیابی من حرف اول و آخر را می‌زند. اگر همان دکتر به هر دلیلی نخواهد اسم و رسم خود را فاش کند من به سخن او گوش نخواهم داد، چون فرض من این است که این فرد حرف ارزشمندی ندارد و شما توجه کنید که بسیاری از روشنفکران - درست‌تر این است بگوییم افرادی که تصور می‌کنند روشنفکر هستند- که خودخواهانه خود را مرکز تفکر و دانش می‌دانند موهبت آموختن را از دست می‌دهند، چون آنها اغلب پر از نظریه و فرضیه‌اند و به این توجه ندارند که می‌شود از یک کشاورز هم آموخت چون کشاورز هم می‌تواند کاملاً فیلسوفانه و دقیق به عالم نگاه کند، همچنان که یک کودک هم می‌تواند کاملاً فیلسوفانه و دقیق به عالم نگاه کند، اما وقتی من مقهور مکان‌زدگی هستم می‌گویم آخر این کشاورز بی‌سواد با این لباس بدون پرستیژ که نه در عمرش دانشگاهی دیده و نه استادی و نه کتاب درخوری خوانده چه حرفی می‌تواند برای گفتن داشته باشد، درحالی‌که آن کشاورز اگر عالم حضور را زیسته باشد در آن صورت می‌تواند نکته‌هایی را عرضه کند که شاید در کمتر کتابخانه‌ای بشود آنها را یافت.

۳ اعتبارهای موهوم که از مکان‌ها می‌گیریم

حال جامعه‌ای را تصور کنید که یک فرض اولیه و خدشه‌ناپذیر در آن جامعه وجود دارد و آن این است که اگر می‌خواهی حرفت شنیده شود برو و عناوین پرطمطراق به دست بیاور. آیا اینگونه ریشه علم واقعی خشکانده نمی‌شود؟ من حرفی برای گفتن دارم، کشفی در حوزه هنر، علم یا هر حوزه دیگری انجام داده‌ام، اما هیچ وقت صدای من شنیده نخواهد شد، هنر من دیده نخواهد شد و من جدی گرفته نخواهم شد، چون اصلاً قرار نیست کسی هنر یا حرف یا علم شما را ببیند، این برچسب‌ها و عناوین شماست که دیده می‌شود. این سخن به معنای نفی دید کارشناسی نیست، اما اینطور هم نیست که هر کسی حتی اگر عنوان کارشناس را یدک می‌کشد و عناوین پرطمطراق دارد حتماً حق با اوست. به فرازی از کتاب «هنر شفاف اندیشیدن» رولف دوبلی، ترجمه عادل فردوسی‌پور، بهزاد توکلی و علی شهروز توجه کنید: «حدود یک میلیون اقتصاددان کارآزموده روی این سیاره زندگی می‌کنند، اما حتی یکی‌شان هم نتوانسته به طور دقیق زمان بحران اقتصادی سال ۲۰۰۸ را پیش‌بینی کند - به استثنای نوریل روبینی و نسیم طالب- چه برسد به اینکه بتواند چگونگی این سقوط را از ترکیدن حباب املاک و مسکن گرفته تا فروکش کردن مبادلات اعتباری در بحبوحه بحران اقتصادی حدس بزند. هیچ‌گاه یک گروه از متخصصان اینچنین شکست نخورده‌اند... در طول دهه گذشته خطوط هوایی نیز با خطرات خطای مرجعیت آشنا شدند. قبل‌تر خلبان مثل پادشاه بود. دستورات او زیرسؤال نمی‌رفت. اگر کمک خلبان متوجه از قلم افتادن موضوعی می‌شد از روی احترام یا ترس جرئت نمی‌کرد خلبان را از آن مطلع کند. با پی بردن به این رفتار تقریباً تمام خطوط هوایی از مدیریت منابع کاری استفاده می‌کنند که خلبانان و خدمه پرواز را ترغیب می‌کند آزادانه و به سرعت درباره هر موضوعی به بحث بپردازند. به بیان دیگر آنها به دقت خطای مرجعیت را از کار می‌اندازند. در ۲۰ سال گذشته مدیریت منابع کاری بیش از هر پیشرفت فنی دیگری توانسته است امنیت را برای پروازها فراهم کند.

می‌بینید؟ می‌گوید مدرک نمی‌تواند به معنای عبور از خطاها یا پیش‌بینی درست باشد، چون از میان آن همه اقتصاددان فقط دو نفر توانستند یک بحران اقتصادی بزرگ را پیش‌بینی کنند یا چه بسا هواپیماهایی سقوط کرده‌اند، فقط به خاطر اینکه کمک خلبان جرئت نکرده به خلبان بگوید دارد تصمیم‌های اشتباه می‌گیرد، یا اینکه کمک خلبان متوجه شده، اما با خودش گفته مگر ممکن است یک خلبان بزرگ در این سطح اشتباه کند، حتماً این من هستم که دارم اشتباه فکر می‌کنم. مگر می‌شود خلبانی که در فلان دانشگاه و فلان مکان درس خوانده دچار چنین خطای فاحشی شود؟ کمک خلبان می‌بیند هواپیما دارد سقوط می‌کند، اما می‌گوید حتماً من دارم اشتباه می‌کنم. می‌بیند که نشانگرها هشدار سقوط را نشان می‌دهند اما می‌گوید حتماً نشانگرها از کار افتاده‌اند و تنظیمات آنها به هم خورده است، چون فلانی که از فلان مکان فارغ‌التحصیل شده این هواپیما را هدایت می‌کند.

۴ آیا واقعاً در جوی حقیر، مروارید پیدا نمی‌شود؟

فروغ فرخزاد در شعری می‌گوید: «هیچ صیادی در جوی حقیری که به گودالی می‌ریزد، مرواریدی صید نخواهد کرد» اما آیا این انتظار و کنشی که او ایجاد می‌کند مبتنی بر همان مکان‌زدگی نیست؟ ما انتظار داریم الماس را حتماً پشت ویترین مجلل یک جواهرفروشی، زیر نور دقیق و طراحی شده ببینیم و حتی اگر آن قطعه واقعاً الماس نباشد به اعتبار اینکه در چه جایی قرار گرفته حکم می‌دهیم که حتماً آن قطعه یک الماس است، یعنی اگر حتی آن جواهرفروش بگوید این الماس قلابی بوده می‌گوییم نه شوخی می‌کند. می‌گوییم چطور ممکن است من این همه پول به حساب شما واریز کرده‌ام مگر می‌شود که این الماس قلابی باشد. شما این همه اعتبار دارید. مغازه شما در فلان جاست یا فلان نور به صورت دقیق روی این الماس تابیده شده، مگر می‌شود این الماس نباشد؟ از آن سو حالا فرض کنید که یک قطعه الماس در گوشه‌ای از پیاده‌رو افتاده باشد. یک هنرمند بسیار معروف به طور ناشناس و بیرون از زرق و برق‌ها و زوایای نوری که بر او تابیده و اهمیت او را به ما یادآور می‌شود بیرون از هیاهوی تبلیغات بخواهد کار خودش را گوشه‌ای در پیاده رو انجام دهد، اگر ما به هنر او اهمیت می‌دهیم و نه به آن تبلیغات، آیا همان احساس را درباره او نخواهیم داشت؟ اگر من در آن سالن کنسرت احساساتی می‌شوم و اشک‌های کاملاً رومانتیک در گوشه چشمانم هویدا می‌شود، اگر این احساسات و اشک‌ها ماحصل تبلیغات و مکان‌زدگی نیست پس باید در همان گوشه پیاده‌رو هم به آن هنرمند اعتنا کنم و دچار همان احساسات شوم.

۵ نگاه دوباره به «قضاوت‌های مکان‌محور» بیندازید

هر وقت گزاره‌ای در رابطه با یک مکان به کار می‌برید که حاوی نوعی قضاوت است می‌توانید آن گزاره را یک بار دیگر بررسی کنید. فرض کنید آن گزاره این باشد: «همه آدم‌هایی که قبل از ظهر در پارک می‌نشینند علاف یا معتاد هستند» و این آیا باعث نمی‌شود افراد بسیاری از نشستن در روی نیمکت‌های پارک محروم شوند، صرفاً به این خاطر که اگر در آن ساعت روی نیمکت پارک بنشینند احساس راحتی نمی‌کنند چون نگاه‌های سنگینی را روی خود حس می‌کنند، یا اینگونه می‌پندارند که نگاه‌هایی روی آنها سنگینی می‌کند. آدم‌هایی که از باشگاه‌های بدن‌سازی بیرون می‌آیند یک مشت جوان تهی مغزند که برای نشان دادن عضلات خود به دخترها له له می‌زنند... کارمندانی که در ادارات نشسته‌اند روزی بیشتر از نیم ساعت کار نمی‌کنند... در بیمارستان‌ها فقط آدم‌ها را می‌کشند - حالا تصور کنید که وقتی این جمله را می‌گویید کودک یا نوجوان شما هم این جمله را می‌شنود و برحسب تصادف او یکی دو ماه بعد نیاز به بستری شدن در بیمارستان پیدا می‌کند- ... آدم‌هایی که در ادارات نماز اول وقت می‌خوانند یک مشت ریاکار بدون تخصص هستند... بازار یعنی یک عده کلاهبردار که منتظرند جنس بنجل به تو قالب کنند و جیبت را بزنند و.... از این دست جمله‌ها چقدر در حافظه‌مان حی و حاضر داریم؟ ماحصل این قضاوت‌های کلی چیست؟ احساس ناامنی، تنفر و خشم! آیا می‌توانیم نگاه دوباره‌ای به قضاوت‌هایی بیندازیم که یک سر آنها به مکان برمی‌گردد؟

> هر وقت گزاره‌ای در رابطه با یک مکان به کار می‌برید که حاوی نوعی قضاوت است می‌توانید آن گزاره را یک بار دیگر بررسی کنید. فرض کنید آن گزاره این باشد: «همه آدم‌هایی که قبل از ظهر در پارک می‌نشینند علاف یا معتاد هستند» و این آیا باعث نمی‌شود افراد بسیاری از نشستن در روی نیمکت‌های پارک محروم شوند، صرفاً به این خاطر که اگر در آن ساعت روی نیمکت پارک بنشینند احساس راحتی نمی‌کنند چون نگاه‌های سنگینی را روی خود حس می‌کنند، یا این‌گونه می‌پندارند که نگاه‌هایی روی آنها سنگینی می‌کند

سبک شناخت

خطاهای ما در دیدن و شنیدن از کجا می‌آید؟

وقتی تخم شیطان را تخم‌مرغ شیطان می‌بینیم!

خاطرم می‌آید یک بار در سال‌های دور - نقد که نمی‌شود گفت - گزارشی از یک نمایش یا همان تئاتر که آن روزها روی صحنه رفته بود در روزنامه کار کرده بودم. در بخشی از آن مطلب به سخن یکی از شخصیت‌های نمایش اشاره کرده بودم که در قسمتی از آن از عبارت «تخم شیطان» استفاده کرده بود، اما حروفچین روزنامه‌ای که در آن کار می‌کردم به جای تخم شیطان نوشته بود تخم‌مرغ شیطان، حالا ما البته متوجه قضیه شدیم و پیش از آنکه تخم شیطان به صورت تخم‌مرغ شیطان چاپ شود مرغ بیچاره را از میانه تخم و شیطان بیرون کشیدیم، اما داستان برای من همان موقع جالب بود که چرا حروفچین چنین خطایی کرده است، یعنی کلمه‌ای که در متن نبوده به حساب اینکه آن کلمه در متن وجود دارد گذاشته و اساساً خود متنی تازه را به وجود آورده و نکته مهم‌تر اینکه آیا این خطاهای عجیب و غریب صرفاً خطای حروفچین‌هاست یا اغلب ما هم دچار چنین خطاهای فاحشی می‌شویم؟ یعنی چیزی را می‌بینیم که واقعاً وجود ندارد - جالب نیست آدم چیزی را ببیند که وجود ندارد؟ البته بهتر است به جای جالب از واژه‌هایی مثل نگران‌کننده یا هشداردهنده استفاده کنیم - و اگر ما چیزی را می‌بینیم که واقعاً وجود ندارد چه عاملی باعث خلق این توهم می‌شود؟

■■■

■ نوشیدنی مجاز یا مجانی؟

بگذارید یک مثال دیگر هم از خودم بزنم. چند روز پیش یک رمان خارجی را می‌خواندم که در آن یک عبارت به نام نوشیدنی مجانی وجود داشت و من به خیال خود که این متن یک رمان خارجی است و حتماً در این عبارت دست برده‌اند و سانسور شده نوشیدنی مجانی را چندین‌بار نوشیدنی مجاز خواندم- توجه کنید که همه این اتفاقات در کسری از ثانیه و به سرعت روی می‌دهد- تصور می‌کردم که منظور، همان نوشیدنی بدون الکل است، در حالی که وقتی دیدم یک چیزی در متن با آنچه من می‌خوانم نمی‌خواند دقت کردم و دیدم که من چندین‌بار نوشیدنی مجانی را نوشیدنی مجاز دیده‌ام و عبور کرده‌ام.

این همان خطایی است که حروفچین روزنامه انجام داده است. او دارد کلمات را از روی دستنوشته من می‌خواند و ارتباط چشمی با دستنوشته و مانیتور دارد، اما چشم او مثل چشم همه ما با ذهنیت‌هایش هم خلط شده است. او هزاران بار کلمه تخم را در کنار مرغ دیده است، بنابراین حال هم می‌خواهد به هر قیمتی شده به همان راه برود، بنابراین بلافاصله بعد از تخم می‌نویسد مرغ و در ادامه شیطان.

■ مثل شکارچی ردّ خطاها را بزنید

یک بار با دقت به خطاهای دیداری و شنیداری‌تان توجه کنید و مثل یک کاشف که دنبال ناشناخته‌ها می‌رود ردّ این خطاها را در خودتان بزنید. اگر این کار را دقیق انجام دهید به ذهنیت‌های خود خواهید رسید. من این ذهنیت را در خود جمع کرده‌ام که وقتی کلمه نوشیدنی در رمان‌های خارجی می‌آید اشاره به یکی از مشروبات الکلی دارد، بنابراین مجانی را مجاز می‌بینم.

بارها در روزنامه‌ها یا کتاب‌ها به خطاهای نگارشی در کلمات برخورده‌ایم که از زیر چشم حروفچین‌ها، مصحح‌ها، خبرنگارها، دبیرها و سردبیرها عبور کرده‌اند. شما می‌بینید با اینکه این همه فیلتر وجود دارد، اما باز اشکالات تایپی همچنان سر جایش است. چرا؟ آیا موضوع به کمی دقت برمی‌گردد یا نه داستان وسیع‌تر از این است. مثلاً شما کلمه موفقیت را موفقیت می‌نویسید و هیچ کسی متوجه نمی‌شود، حتی ممکن است خواننده هم آن را موفقیت بخواند. چرا؟ به خاطر اینکه ذهن شما انتظار دارد که کلمه موفقیت را موفقیت بخواند، بنابراین همین انتظار را هم عملی می‌کند و به همین راحتی شما موفقیت را موفقیت می‌خوانید. پس روی این کلمه بسیار می‌توانید تأمل کنید چون یکی از ریشه‌های مهم در خطاهای ماست. من انتظار دارم که موفقیت همان موفقیت باشد و همین انتظار و خوش داشتن باعث می‌شود که موفقیت را موفقیت ببینم.

■ کیفیت دیدن وقتی پیاده یا سواره هستید

حال این خطاهای بصری را از متن کلمات به متن روابط اجتماعی‌مان بیاوریم. من وقتی پیاده هستم جهان، آدم‌ها، قوانین، روابط و انتظارات را یک طور می‌بینم و وقتی سواره هستم طور دیگر. اگر خودتان را زیر نظر بگیرید، حتماً دچار این خطاها خواهید شد. مثلاً من وقتی پیاده هستم انتظار دارم که راننده‌های خودروها درک کنند که من یک پیاده هستم، اما وقتی راننده خودرو می‌شوم انتظار دارم که پیاده‌روها درک کنند که من عجله دارم. وقتی پیاده هستم سایز یک ماشین‌ها را در اندازه واقعی می‌بینم، ماشین را به صورت یک حجم بزرگ قابل توجه جلوی چشم می‌بینم بنابراین انتظار دارم که این حجم آهنی عابر را مراعات کند، اما به محض اینکه سوار خودرو می‌شوم دچار یک خطای بصری می‌شوم. من با اینکه سوار ماشین شده‌ام حجم ماشین خود را نمی‌بینم چون در ماشین نشسته‌ام و نمی‌توانم از دور به ماشین خود نگاه کنم، بنابراین با اینکه ماشین را می‌رانم، اما متوجه نمی‌شوم که یک حجم طولانی دارد جابه‌جا می‌شود.

■ آیا مطمئنید «آن چیزی را می‌شنوید که واقعاً می‌شنوید؟»

به تجربیات شخصی خود نگاه کنید و از خود بپرسید آیا واقعاً شما همان چیزی را می‌شنوید که طرف مقابل می‌گوید یا نه، آن حرف بیش از حد خوشبینانه نیست؟ در واقع سخن هیچ کسی به گوش ما نمی‌رسد، یا اینطور بگوییم سخن هیچ کسی آنطور که در واقعیت هست به ما نمی‌رسد، مگر اینکه ما از آن پیش‌فرض‌ها، ذهنیت‌ها و قالب‌ها خالی شده باشیم و آیا این کار بسیار سهمگین نیست؟

> به تجربیات شخصی خود نگاه کنید و از خود بپرسید آیا واقعاً شما همان چیزی را می‌شنوید که طرف مقابل می‌گوید یا نه، آن حرف را آنطور می‌شنوید که دوست دارید بشنوید؟